



Le premier détaillant d'ampoules au Canada
applaudit le retrait graduel au plan national
*Les clients de Home Depot font déjà preuve de sagesse au plan énergétique,
en adoptant à un rythme rapide l'éclairage éconergétique*

OTTAWA, ON – le 25 avril 2007 –Aujourd'hui, le gouvernement du Canada a annoncé l'interdiction de la vente d'ampoules inefficaces, dans tout le pays, à compter de 2012. Dû à un rythme d'adoption rapide par les clients canadiens de Home Depot des ampoules fluorescentes compactes (AFC), la société a annoncé qu'elle s'attendait à ce que la demande soit telle qu'elle supprimera les ampoules inefficaces d'ici 2011.

« Si l'on se fie à leurs habitudes de consommation, nos clients nous ont signifié qu'ils effectuent la transition à l'éclairage éconergétique à un rythme incroyable », de mentionner Harry Taylor, vice-président principal des opérations chez Home Depot Canada. « Avec l'interdiction annoncée aujourd'hui par le gouvernement fédéral et nos efforts continus à éduquer et inciter les Canadiens et Canadiennes à acheter des AFC, nous sommes confiants que nos clients réaliseront déjà des économies et protégeront l'environnement bien avant 2012. »

Home Depot, le premier détaillant d'ampoules au pays, a annoncé que les ventes d'AFC avaient progressé de 350 pour cent de 2004 à 2006, principalement à cause d'une campagne continue et agressive visant à sensibiliser le public et lui fournir des incitatifs pour utiliser les AFC. En fait, le détaillant est en voie de vendre sept millions d'AFC en 2007, ce qui procurera aux Canadiens et Canadiennes des économies énergétiques d'environ 315 millions \$ et réduira les gaz à effet de serre de 755 000 tonnes sur la vie de ces ampoules.

« Les détaillants canadiens sont des partenaires clés dans nos efforts visant à aider les Canadiens et Canadiennes à consommer moins et à vivre mieux, et Home Depot est l'un des leaders en la matière, » de dire l'honorable Gary Lunn, ministre des Ressources naturelles. « C'est merveilleux de pouvoir compter sur l'appui de Home Depot pour ces nouvelles normes, lesquelles vont réduire la facture énergétique moyenne d'un foyer de 50 \$ par année. »

Partout au pays, les allées de produits d'éclairage des magasins Home Depot ont déjà amorcé une véritable transformation, que l'on compte terminer dans les 155 magasins au cours des prochains mois. Ces changements comprennent : doubler l'espace alloué aux AFC et le déplacer aux deux premières baies de l'allée; créer une nouvelle signalisation pour informer les consommateurs au sujet des applications et de l'utilisation appropriées des AFC; installer une nouvelle signalisation près des ampoules incandescentes, qui rappelle aux clients l'existence d'une option plus éconergétique.

« Devant un enjeu comme la protection de l'environnement, nos actions ont plus de poids que nos paroles, » affirme le ministre Baird. « Nous sommes ravis que Home Depot soutienne ce retrait progressif national des produits d'éclairage inefficaces, et surtout, que ses clients appuient également cette initiative et agissent déjà pour assurer un avenir plus durable. »

« Migrer vers un éclairage éconergétique dans leur foyer est possiblement la chose la plus simple que peuvent faire les Canadiens et Canadiennes pour l'environnement, » au dire de Michael Gentile, vice-président et directeur général de Philips Lighting. « Et cet effort relativement modeste leur permettra de réaliser des économies importantes dans leur facture d'électricité tout en maintenant une qualité d'éclairage incomparable dans leur foyer tout en ayant accès à une grande variété de solutions d'éclairage. »

Reconnaissant que les Canadiens et Canadiennes ont besoin d'un moyen pratique et simple de recycler leurs AFC, Home Depot Canada, en partenariat avec Phillips Lighting, a annoncé aujourd'hui qu'elle mettra à l'essai un projet pilote de recyclage en magasin cet été, avec l'intention de déployer celui-ci partout au pays d'ici 2008.

Home Depot applique également le principe d'efficacité énergétique à ses propres façons de faire. Ainsi, d'un bout à l'autre du pays, l'entreprise a modernisé ses magasins en les dotant de plafonniers à ampoules fluorescentes les plus éconergétiques qui soient. Aussi, les enseignes avant et de sortie de tous ses magasins utilisent des ampoules DEL. Par ailleurs, l'entreprise met en pratique un programme de réduction d'énergie automatisé qui réduit automatiquement l'éclairage de plafond de 50 % et éteint celui des présentoirs lorsque la température atteint 30 °C, ce qui permet ensuite aux climatiseurs d'offrir un rendement plus efficace.

L'engagement de Home Depot Canada à offrir de meilleurs produits à ses clients a clairement été démontré en 2004, avec le lancement des Options Éco^{MS}. Options Éco est la marque de commerce de Home Depot qui vise à offrir à ses clients des alternatives de produits écologiques pour leur foyer et leurs besoins d'amélioration résidentielle. Le recours à des produits qui améliorent l'efficacité de la consommation d'énergie et d'eau ainsi que la qualité de l'air, et qui réduisent la toxicité, leur permet de savourer une qualité de vie plus saine et d'économiser de l'argent. La semaine dernière, l'entreprise a réitéré son engagement à long terme envers l'environnement en lançant avec beaucoup de succès son programme Options Éco aux États-Unis.

À propos de Home Depot Canada

Fondée en 1978 à Atlanta en Géorgie, The Home Depot est le plus grand détaillant au monde dans le secteur de la rénovation résidentielle et compte 2169 magasins dont 155 magasins Home Depot au Canada. En 2006, la société a réalisé un chiffre d'affaires de 90,8 milliards de dollars (US) et comptait environ 355 000 associés dont 28 000 au Canada.

La durabilité de l'environnement est une priorité chez Home Depot Canada et, grâce à sa stratégie active en matière de marketing et de merchandising, ses clients peuvent faire de meilleurs choix en ce qui a trait à leur maison et à l'environnement. Home Depot offre des centaines de produits incomparables au plan de l'efficacité quant à l'eau, l'énergie et l'air, et elle fait également la promotion des forêts durables. Elle procure également aux clients l'occasion de participer à des programmes qui ont un effet sur l'environnement comme Coupez court à la pollution et Air frais.

-30-

Pour renseignements ou pour organiser une entrevue, les médias sont priés de communiquer avec :

Tina Peyregatt, Home Depot, 416 412-4243

Nick Cowling, Home Depot, 416 624-7096

Jennifer Brown, Weber Shandwick Worldwide, 613-614-2894

Pour obtenir des images, ou pour organiser un tournage dans un magasin Home Depot, veuillez communiquer avec :

Montréal/Québec : Leslee Quinton, Massy-Forget relations publiques, 514 842-2455, poste 26

Vancouver/Calgary/Edmonton/Winnipeg : Susan Boyd, Weber Shandwick Worldwide, 604 601-8568

Toronto/Ottawa : Ian Roberts, Weber Shandwick Worldwide, 416 642-7906

Halifax : Carolyn Townsend, Colour, 902 722-3145